

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, E. (2023). *Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kabupaten Pasuruan*. <https://www.pasuruankab.go.id/isiberita/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-kabupaten-pasuruan-tembus-2-3-juta-orang>
- Algoritma. (2022). *Metode Statistik Untuk Analisis Data Science*. <https://algorit.ma/blog/contoh-metode-statistik-2022/>
- Alvianna, S., & Alviandra, R. (2020). Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang. *SENORITA: Seminar Nasional Kepariwisataaan*, 1(1), 248–257.
- Anisa, N., Simulingga, B., & Sihotang, H. T. (2023). *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*. IOCS.
- Arikunto, & Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rnika Cipta.
- Asik, T. (2019). *Taman safari Prigen*. TempatAsik.Com. <https://tempatasik.com/wisata/taman-safari-prigen/>
- Astini, R., & Indah sulistiyowati. (2015). Pengaruh Destination Image, Travel Motivation, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (studi pada wisatawan nusantara muslim di pantai carita pandeglang banten). *Jurnal Imiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(3).
- Astini, R., & Sulistiyowati, I. (2015). *Pengaruh Destination Image , Travel Motivation , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pada Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Muslim Di Pantai Carita Pandeglang Banten)*. 1(November 2015).
- Athar, H. S., Mulyono, E. H., & Sutanto, H. (2020). Pengaruh Customer Experiences Terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik: Peran Mediasi Halal Destination Image. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 2(2), 107–116. <https://doi.org/10.37253/altasia.v2i2.552>
- Badarab, Tryhayuningtyas, & M. L, S. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Di Kepulauan Togeian Provinsi Sulawesi Tengah. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*.
- Baker, D. ., & Crompton, J. . (2000). Quality Satisfaction And Behavioral Intentions. *Annals Of Tourism Research*, 27(3), 785–804.
- Bundawi, D., Arief, R. F., & Ariyanto, H. H. (2022). Pengaruh Revisit Intention

- yang dimediasi oleh Satisfaction Terhadap Fastfood di Sanctuary Batam. *Jesya*, 5(2), 1585–1597. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i2.768>
- Coban, S. (2012). The Effects Of The Image Of Destination On Tourist Satisfaction And Loyalty: The Case of Cappadocia. *European Journal Of Social Sciences*, 29(2), 222–232.
- Dewi, T. ., & Ardi Nugroho, P. . (2020). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Institut Francais Indonesia di Surabaya. *Jurnal Teknologi Dan Terapan Bisnis*, 3(2), 30–39.
- Evelyna, F. (2022). Pengaruh Servicescape, Social Media Marketing dan Customer Experience Terhadap Minat Berkunjung Kembali (Revisit Intention) Pada Objek Wisata Rahayu River Tubing di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi*, 1, 203–219.
- Fadiryana, N. A., & Chan, S. (2020). Pengaruh Destination Image Dan Tourist Experience Terhadap Revisit Intention Yang Dimediasi Oleh Perceived Value Pada Destinasi Wisata Halal Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 10(2), 1–23.
- Gunawan, D. D. (2017). *Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Persepsi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Dengan Persepsi Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Taman Safari Prigen)*. STIE Malangkeucewara.
- Imanda, M. ., & Anandya, D. (2020). Pengaruh Event Image, Destination Image, pada Marathon Event di Indonesia. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2).
- Imroatul Latifah, Z., Purwanto, H., & Nur Sulistiyowati, L. (2022). Pengaruh Service Quality Dan Destination Image Terhadap Revisit Intention Melalui Tourist Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)4, September 2022*.
- Iranita. (2018). Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Wisatawan Pada Destinasi Wisata Kabupaten Bintan Kepulauan Riau. *Bahtera Inovasi*, 1(2), 67–75. <https://doi.org/10.31629/bi.v1i2.3444>
- Izogo, E. ., Jayawardhena, C., & Kalu, U. O. . (2018). Examining Customers Experience With The Nigerian Bank Verification Numbe (BVN) Policy From The Perspective Of A Dual-Lens Theory. *International Journal Of Emerging*, 13(4), 709–730.
- Kadi, A., H, P., & B. R, V. (2021). Pengaruh Destination Image Terhadap Revisit Intention dan Intention To Recomend Melalui Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen And Business Review*, 176–187.
- Koranti, K., Sriyanto, & Lestiyono, S. (2017). Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap sarana Di Wisata Taman Wisata Kopeng. *Ekonomi Bisnis*, 22(3).

- Lemeshow, Hosmer, & Lwanga. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Gajamada University Press.
- Ling, G. ., & Tiep, H. . (2021). Customer Satisfaction towards Mobile Food Delivery Apps during Covid-19 Pandemic. *GATR Journal of Management and Marketing Review*.
- Lovelock, C., Wirtz, & Mussry, J. (2011). Pemasaran Jasa; Manusia, Teknologi, Strategi. In *Erlangga*.
- Masykur, C., Widiartanto, & Saryadi. (2022). Pengaruh Destination Image dan Fasilitas Wisata Terhadap Revisit Intention (Studi Pada Pengunjung Wisata Alam Seroja di Kabupaten Wonosobo). *Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 175–176.
- Meyer, C., & Schwager, A. (2007). Understanding Customer Experience. *Havard Business Review*.
- Nabila, A. ., & Armida. (2020). Pengaruh Customer Perceived Value dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention pada Objek Wisata The Great Wall Of Koto Gadang. *Ecogen*, 477–487.
- Nasrulah, Susanty, Rusly, A, S., & Purba, P. . (2020). Pemasaran Pariwisata: Konsep, Perencanaan & Implementasi. *Medan: Yayasan Kita Menulis*.
- Nugraha, S. I., & Rafdinal, W. (2022). Pengaruh Destination Image dan Perceived Risk Terhadap Revisit Intention Melalui Tourist Satisfaction di Kampung Wisata Sejarah dan Budaya Braga. *Polban*, 1156–1167.
- Nurfa, A., Sadat, A. ., & Sari, D. . (2022). Pengaruh Destination Image dan Tourist Experience Terhadap Revisit Intention Melalui Tourist Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus di Desa Wisata). *Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 769–784.
- Purbasari, B. ., & Purnamasari. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang. *Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 43–54.
- Qu, H., Kim, L. ., & Im, H. . (2011). A Model of destination branding: intergrating the concepst of the branding and destination image. *Tourism Management*, 32(2), 465–576.
- Ristanti, I. ., & Kuswanto. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pengunjung Taman Safari Indonesia II Prigen Pasuruan Jawa Timur. *Bisnis Dan Akuntansi*, 12(1).
- Sandy, K. ., & Pangestuti, E. (2017). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada Minat Untuk Berkunjung Kembali (Revisit Intention) (Survei pada Pengunjung Kusuma Agro Wisata, Kota Batu).

Administrasi Bisnis, 121–128.

Sari, F., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Studi Pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon). *Administrasi Bisnis*.

Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing: How to Get You Customer sense, Feel, Think, Act Relate to Your Company and Brand New York: Freepass*.

Septiana, T., Hermina, T., & Saepuloh, A. (2020). *Analisis Faktor Revisit Intention di Objek Wisata Situ Bagendit Garut*. 14, 1.

Setyaningsih, N. wayan, & Suardana, W. (2020). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Pada Paket wisata sepeda di Desa Panglipuran. *IPTA*, 8(1).

Statistik, B. P. (2023). *Jumlah Kunjungan Wisman Ke Indonesia Pada Oktober 2022*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/12/01/1879/jumlah-kunjungan-wisman-ke-indonesia-pada-oktober-2022-mencapai-678-53-1000-kunjungan-dan-jumlah-penumpang-angkutan-udara-domestik-pada-okterber-2022-naik-10-08-persen.html>

Sugiyono, P. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tamtomo, H., & Putra, I. E. (2020). Pengaruh Destination Image Terhadap Motivasi Berkunjung Dan Kepuasan Konsumen. *ILTIZAM Journal of Shariah Economic Research*, 4(1), 39. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v4i1.575>

Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran* (Andy (ed.); 2nd ed.).

Tripayana, S., & Pramono, J. (2020). Kualitas Produk, Pelayanan, dan loyalitas Pelanggan Dimana Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada UKM Start UP Pariwisata Kombuchi Brewing Co, Bali. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.

Tuwisna Gadeng, T., & Anggraini, L. (2017). Pengaruh Customer Value dan Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada PT. Bank Mandiri (Persero) KCP Sabang. *Prosding SEMDI-UNAYA*, 494–506.

Walenta, A. . (2023). *Pengembangan Citra Pariwisata di Kabupaten Poso* (Feniks Mud).

Walter, U., B, U., & Ostrom, A. (2010). Divers of Customer Service Experience: a study in the restaurant industry. *Managing Service Quality*, 20(3), 236–258.

Waluyo, S. E. Y., Huda, K., & Fitriyani, Z. A. (2022). Pengaruh Destination Image dan Harga Terhadap Revisit Intention dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Mediasi di Joglo Park. *Jurnal Pendidikan Dan*

Kewirausahaan, 10(3), 833–852.

- Wijaksono, R. . (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Revisit Intention Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Trans Studio Mini Transmart Rungkut Surabaya). *Ilmu Manajemen*, 7(2), 346–347.
- Wirawan, P. ., Octaviany, V., & Nuruddin. (2022). *Pengantar Pariwisata*. Nila Cakra.
- Yuniawati, Y., & Finardi, A. D. I. (2016). Pengaruh Customer Experience Terhadap Revisit Intention Di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 6(1), 983. <https://doi.org/10.17509/thej.v6i1.2009>
- Yusuf, M. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Destination Image Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung pada Pariwisata Syariah di Provinsi Sumatera Barat. *Al-Hikmah : Jurnal Agama Dan Ilmu Pengetahuan*, 17(2), 26–38.
- Yosephine Simanjuntak, Demak Claudia, & Purnama Yanti Purba (2020). —Peran Mediasi Customer Satisfaction Dalam Customer Experience Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 7(2): 171–84.